

所属行业

房地产

发布时间

2021年7月2日

企业研究

浅谈当下中小房企的生存与发展

核心观点:

行业环境的变化,使房企分化越来越严重,大中房企的市占率不断提升,而中小企业的生存空间不断被压缩,销售放缓,收入放慢,利润降低在中小企业中间成为普遍现象。如果总结为什么会出现如此困境,概因在“房住不炒”的基调下,调控政策持续收紧,各城市不断涌现补丁类政策封堵投资性需求,来保持市场平稳运行。与此同时,行业融资继2020年的三道红线和房地产贷款集中制度之后,2021年整体保持低位运行,房企普遍面临融资压力。在这样的背景下,行业分化、企业分化愈加严重,大中房企凭借资源优势、资金优势、运营实力等综合能力,市占率不断上升,中小房企在资金有限的情况下,市占率不断被挤压,不仅面临扩张问题,更甚者生存状况堪忧。

一、阻碍中小房企规模增长的三个原因

中小房企过往主要存在三个问题:第一,周转慢。虽然房企为了规模有意识的增加投资力度,但是自身周转速度偏慢导致项目开发周期延长,致使资金回笼过慢影响后续开发,最终导致销售规模增长受限。第二,布局谨慎,扩张意愿弱。房企无论是深耕区域,或者是已布局至核心城市,在市场热度较高的时期,对外扩张意愿谨慎,核心城市受调控政策严重影响,导致房企销售增速放慢,影响公司规模增长。第三,战略不坚定,左右摇摆。部分房企对市场判断失误,盲目多元化,又没有相应的资源作为支撑,最终多元化业务不仅未给公司带来高速的成长,地产业务也逐渐与其他房企拉开差距,即使后期转向住宅业务,但基本与时代失之交臂。

二、中小房企的出路和问题

根据我们对G30房企的总结,发现这类企业受市场、行业变化的影响较大,不仅销售增速放缓,更甚者盈利下降,负债高企,去化不畅,项目开发能力减弱,如果这样持续下

相关研究:

投销比 $\geq 50\%$,才能实现销售规模不减速——融资收紧对E50房企销售和投资的测算	20210316
特征5+3,无锡第一批集中供地深度解读	20210506
货币政策“锚”已界定,地产融资偏紧下住房租赁更受青睐——2021年一季度货币政策执行报告点评	20210512
行业倒逼修炼内功,开发经营能力愈发重要 2021中国上市房企开发经营能力十强	20210527
2021年1-5月中国典型房企新增货值TOP100研究成果	20210530

研究员

于小雨

rain_yxy (微信号)

yuxiaoyu@ehconsulting.com.cn

姜晓刚

18516525402 (微信号)

jiangxiaogang@ehconsulting.com.cn

去,必然会出现恶性循环,对此房企纷纷寻求出路,以求得生存。但凡事必有两面性,当企业积极寻求出路的同时,也必然面临相应的麻烦。第一,不拿地难以生存,拿高价地又影响去化。第二,合作实现共存,但也要警惕合作开发带来的引狼入室。第三,注重运营效率,但很难实现降本增效。第四,坚定战略,避免盲目跟风多元化。

行业环境的变化,使房企分化越来越严重,大中房企的市占率不断提升,而中小企业的生存空间不断被压缩,销售放缓,收入放慢,利润降低在中小企业中间成为普遍现象。如果总结为什么会出现如此困境,概因在“房住不炒”的基调下,调控政策持续收紧,各城市不断涌现补丁类政策封堵投资性需求,来保持市场平稳运行。与此同时,行业融资继 2020 年的三道红线和房地产贷款集中制度之后,2021 年整体保持低位运行,房企普遍面临融资压力。在这样的背景下,行业分化、企业分化愈加严重,大中房企凭借资源优势、资金优势、运营实力等综合能力,市占率不断上升,中小房企在资金有限的情况下,市占率不断被挤压,不仅面临扩张问题,更甚者生存状况堪忧。

如果我们将时间拉回到 2015 年左右,就会发现多数千亿房企在当时的规模也不过百亿,但此后紧跟市场变化调整战略,利用财务杠杆快速推动规模增长,最终实现了千亿销售规模,提高了行业站位。而一些中小房企,在当时或许已经具备百亿规模,但是经历了行业的上行周期,最终销售额依旧保持在百亿左右,在当下更是面临生存困境,那么必有原因导致这类企业未实现跨越式的发展。我们也将从这个角度出发,研究中小房企造成当前困局的原因,以及在行业环境愈加严苛的情形下,这类企业是如何寻求出路的,同时又会面临哪些难题。

一、阻碍中小房企规模增长的三个原因

根据对亿翰智库 G30 房企的研究,我们总结出中小房企过往主要存在三个问题:第一,周转慢。虽然房企为了规模有意识的增加投资力度,但是自身周转速度偏慢导致项目开发周期延长,致使资金回笼过慢影响后续开发,最终导致销售规模增长受限。第二,布局谨慎,扩张意愿弱。房企无论是深耕区域,或者是已布局至核心城市,在市场热度较高的时期,对外扩张意愿谨慎,核心城市受调控政策严重影响,导致房企销售增速放慢,影响公司规模增长。第三,战略不坚定,左右摇摆。部分房企对市场判断失误,盲目多元化,又没有相应的资源作为支撑,最终多元化业务不仅未给公司带来高速的成长,地产业务也逐渐与其他房企拉开差距,即使后期转向住宅业务,但基本与时代失之交臂。

1、快周转不是贬义,慢周转只会拖累企业

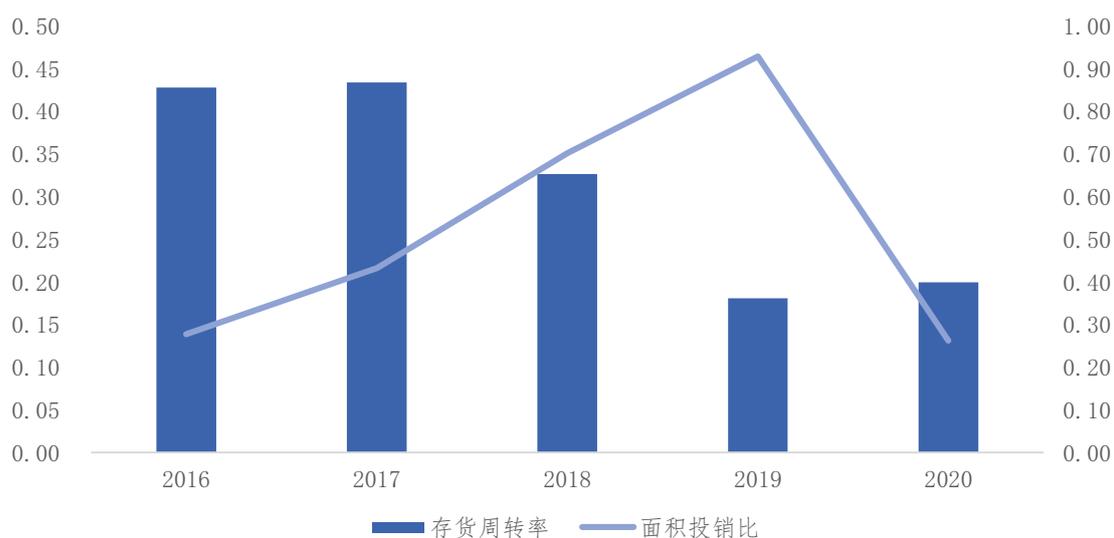
高周转是一个敏感的词,但是高周转并不意味着房企要忽视产品质量,而是加快工程进度,使公司能够快速回笼资金。以万科为首的大中房企早在 2013 年和 2014 年便提出高周转策略,重视运营,通过项目的快速推盘来回笼资金,部分中小房企同样重视周转速度,但是囿于规模并没有明显改善,在大幅扩张的背景下,周转率甚至逐渐放缓,使销售增速放慢,最终导致公司的业绩下降。典型如光明地产,2020 年,光明地产销售金额 362.7 亿元,同比增长 36.2%,实现营业收入 149.8 亿元,同比增长 6.5%,其中房地产开发及配套实现营业收入 137.6 亿元,同比增长 6.2%。看似公司实现销售和收入的快速增长,但是在这背后,公司的净利润仅有 1.3 亿元,同比下降幅度达到 83.4%,其中归母净利润 1.1 亿元,同比下降 79.4%,实际上即使这样还是存在水分,根据公司年报来看,非经常性损益有 6.92 亿元,同比增长 47.2%,因此从事实上来讲,光明地产净利润表现要更糟。

如果说光明地产何至于落到如此地步,比较大的一个原因就是行业环境逐渐收缩的情况下,公司扩大对外投资力度,伴随而来的却是销售冷淡,去化不佳,存货一直居高不下的问题。从投资力度来看,2017年至2020年,光明地产新增土地储备分别为94.3万平米、144.5万平米、192.1万平米和63.2万平米,投销比保持上升趋势。也就是说,公司从2018年起加快了扩张的步伐,但是投资力度大增并没有为公司带来应有的收益。同年,光明喊出“三年五百亿”的口号,但2018年至2020年的销售额依次是244.6亿元、266.4亿元和362.7亿元,所谓的“500亿规模”目标化为泡影。究其根本原因,主要是公司积极扩储的同时,周转并没有跟上相应的进度,从光明地产的存货情况来看,2018年和2019年快速增长,但是相应的存货周转率却从2017年的0.4332直线下降至2019年的0.1805,2020年也不过0.1992,维持行业较低水平。

光明地产周转率快速下降的根本原因还是布局存在问题,光明地产深耕大本营,土地储备在上海占比最多,项目大多位于上海远郊金山、松江和奉贤等区域,在房住不炒强力的调控下,远郊盘去化普遍不好,包括公司2018年在成都的项目,直到2020年依靠以价换量的方式实现去化,但是后续并没有继续在成都拿地,也为公司的对外扩张笼上了一层阴霾。

总的来说,虽然公司有扩大规模的强烈意愿,但在其相对低效的运营能力下,项目去化能力直线下降,周转偏慢直接导致公司资金压力紧张,过度拿地带来的债务到了偿还期,却无充裕资金实现兑付,即使有母公司的关联交易对光明地产仍较是杯水车薪。光明地产不是唯一的一家,很多中小企业在市场好的时候,都有强烈的规模意愿,但是对项目推盘的把控无法跟上对外的投资力度,最终入不敷出,不仅规模未上升至自身的预期,而且在下行周期时面临较为严重的资金压力。

图表：2016-2020年光明地产存货周转率和投销比表现



2、扩张意愿弱，错过黄金期

房企偏安一隅固然没有问题,深耕区域同样能为公司带来规模的快速增长,例如华东地

区的滨江、华南的龙光和时代中国等等，但是总有一类房企布局覆盖核心城市，但是继续向外扩张的动力较弱，合生创展就是此例。与光明地产的慢周转相比，合生创展的慢更多是主动控制，期望通过时间来换取项目的溢价空间，因此我们能看到公司土地储备长期保持在3000万平方米左右，但是销售规模始终维持在百亿。

从公司土地储备分布来看，合生创展布局集中在核心城市，地块质量整体较好，在广州、惠州、北京、上海和宁波的土地储备分布情较为稳定，比较明显的是公司在北京不断增储，在上海的土储不断减少。但是，公司除了的核心城市大量囤地外，外拓动力并不强，规模扩张意愿低，更期望通过长期的土地溢价实现规模的增长，这也是典型的香港房企的开发模式。截至2020年，合生创展的经营策略已经在逐渐转变，剔除掉历史囤地的影响，公司加快了高周转项目的布局，尤其是2018年以来，合生创展招拍挂拿地力度明显增大，拿地金额分别为5.8亿元、106.5亿元和58.9亿元，溢价率总体控制在50%以内。

除此之外，合生创展也积极通过旧改方式拿地，多集中在广州。2017年以来，公司通过旧改拿了两个项目，分别是2019年的番禺区南村镇新基村旧改项目和2021年正式敲定的海珠区康乐村、鹭江村旧改项目。但是广州自2017年以来开始实施城市更新土地保障计划，合生创展作为十几年来深耕广州旧改的房企，在这波旧改潮中的表现并没有那么亮眼，未敲定康乐村、鹭江村旧改项目之前的广州旧改新签面积还不如保利和恒大。基于较高的囤地规模，以及存量项目变现速度较慢，致使公司转变策略，加快周转，为规模增长提供现金流。

以高囤地、慢周转的港系打法，导致合生创展从拿地到完工的周期十分漫长，规模始终未见增长，曾经华南五虎的威名也渐渐鲜有人提及，随着公司管理层换代，布局股权投资业务，并加快周转，最终在2020年取得亮眼成绩。另外相对其他的房企来说，合生创展基于慢周转的原因，相关债务指标整体表现尚可，仅有现金短债比一项较低，2020年虽依旧不满足三道红线标准，但已经得到明显提升。

图表：2016-2020年合生创展土地储备分布情况（万平方米）

时间	广州	惠州	北京	天津	上海	宁波
2016	785	759	448	568	446	7
2017	764	716	462	562	424	5
2018	736	710	523	543	408	2
2019	804	762	532	602	409	2
2020	773	737	570	587	375	2

资料来源：公司年报、亿翰智库

3、战略不坚定，左右摇摆

战略立于企业经营之上，是公司能够长远发展的舵轮。如果战略不断发生变化，对其他业务浅尝辄止，最终多元化业务难以成功不说，对主业也会造成很大的影响，例如阳光100。1999年，阳光100创立，但从此时起，此后的道路都不顺利。2003年，国内招拍挂制度施行，当其他房企在土地市场上积极囤货的时候，此时的阳光100重心建立品牌影响力，并未

做好土地资源的原始积累，错过了地产行业快速增长的一波红利。

如果说阳光 100 战略的不坚定，最好的体现就是公司完全错过了 2015 年以来的地产行业上行周期。2014 年，阳光 100 终于登陆港交所，在行业里率先向非住宅业务转型，街区综合体、公寓以及小镇成为公司非住宅业务的三大板块。非住宅业务的开发周期本身就长于住宅产品开发，由此也导致公司负债率居高不下。没有快周转，没有强力的融资能力，使公司的流动性长期保持焦灼状态，为了缓解现金流压力，卖地和卖股权成为公司缓解资金压力的主要举措。2019 年，阳光 100 出售住宅项目权益相应物业价值 117 亿元，确认税后收益 19.2 亿元，重庆阳光壹佰、卓星集团、东莞清园孵化器、温州中信昊园等成为公司出售的标的资产。

非住宅业务的拖累在 2020 年疫情期间再次放大，街区综合体、小镇和公寓的销售都有下降，因此 2020 年中期阳光 100 提出要在下半年及时调整产品结构以应对变化，加大部分大型住宅项目的开发比例，同时加大一级土地的开发力度。但此时行业的土地红利、金融红利都在减弱或消失，行业调控政策愈加收紧，阳光 100 在这种环境下再次聚焦住宅领域，成长性稍显不足。

图表：2014-2020 年来阳光 100 战略重心

时间	战略重心
2014	计划加大主力产品街区综合体的投资开发，住宅深化产品升级
2015	持续推进产品结构调整，扩大商业比例
2016	持续推进主打产品街区综合体和凤凰社
2017	产品升级，注重效益，初步确定主力产品竞争优势
2018	商业模式转型效果显著，持续巩固街区综合体、公寓等主力产品优势
2019	街区综合体、公寓等主力产品竞争力进一步强化
2020	调整供应结构，加大住宅比例

资料来源：企业年报、亿翰智库

总的来说，无论是周转慢、谨慎扩张或者是战略不坚定，中小房企已经错失了规模扩张的黄金时期。当下应该首先思考的是如何活下去。

二、中小房企的出路问题

根据我们对 G30 房企的总结，发现这类企业受市场、行业变化的影响较大，不仅销售增速放缓，更甚者盈利下降，负债高企，去化不畅，项目开发能力减弱，如果这样持续下去，必然会出现恶性循环，对此房企纷纷寻求出路，以求得生存。但凡事必有两面性，当企业积极寻求出路的同时，也必然面临相应的麻烦。

1、不拿地难以生存，但拿高价地又影响利润

土地是房企规模增长的主要资源，对房企来说，不拿地就意味着销售预期下降，更甚者自断生机，但是如果拿到高价地使公司同样面临开发难题。三道红线的出台使房企融资更加困难，保持正常的运营需要更多的自有资金，但是在两集中供地政策出台之后，热点城市的

土地竞争力度加大,这让很多中小房企如坐针毡,并促使他们竞拍一些明显算不过来账的高价地,却忽略了自身是否有实力消化,一旦当地市场承压,就会为企业带来巨大的风险。事实也正是如此,以浙江为例,两集中政策出台之前,浙江省内的宁波、杭州都已经进入了集中供地之前的冷静期,但是在集中供地期间,土地市场热度不断走高,并且拿地企业多是本地房企。

总的来说,在拿地方面,我们预计各地集中供地的政策将不断完善优化,但是在此之前,中小房企还要坚持谨慎拿地,避免拿高价地,注重对以往项目进行复盘,着手去解决企业的历史遗留问题,毕竟解决当下的问题才能谈未来。

图标: 2020年5月杭州首次集中供地中自持比例20%以上的拿地情况

拿地房企	成交总价 (亿元)	规划建面 (万平米)	成交楼面价 (元/平方米)	竞价轮次	自持比例 (%)	精装限价 (元/平方米)	实际房地比
杭州地上	11	9	12708	2+38	40	27480	1.2
建发	16	9	17816	3+35	38	36000	1.3
祥生	28	15	18348	6+27	29	28200	1.1
融信	15	5	27253	34+28	29	47000	1.2
广宇	9	5	19452	3+26	29	28300	1.0
温州时代	17	10	16877	2+27	28	29400	1.3
宋都	3	3	11854	2+27	28	26880	1.6
融创	52	23	22193	2+27	28	47000	1.5
滨江	10	5	19436	3+25	27	32500	1.2
中天美好	4	3	12488	3+23	25	26300	1.6
银城	6	4	16864	2+21	22	29400	1.2
宋都	8	9	9644	4+19	22	18300	1.3
宋都	18	9	20962	2+18	21	29500	1.1

资料来源: 亿翰智库

2、合作实现共存,但也要警惕合作开发带来的引狼入室

受制于资金短缺影响,房企为保障项目开发的正常进行,最直接的办法就是与大中房企合作开发,而且无论是头部房企、国央企,还是其他中小房企都可以采用这种方式实现共同发展。相比大中企业的资源优势,中小房企最大的优势就是全国化布局的力度并不大,多数集中在固有的几个城市之中,对当地市场认知普遍较高,并且长期深耕,当地居民对其品牌认可度较高,持续发挥品牌优势,捕捉本地居民的需求,对当地市场和客户保持深刻的了解,即使初期产品力不如一些大中房企,但是在深度的学习之下,能把优秀的产品与当地的需求相结合,就能取得理想的效果。同时,在房企融资持续收紧的环境下,合作开发可以让中小房企自身难以消化的项目实现快速的去化,稳定市场站位。

对大中房企来说,与中小企业的合作不仅可以继续扩充自身的规模,而且也相当于变相

对外扩张布局, 实现市占率的提升。但是我们认为, 虽然合作开发是中小房企生存或者说是做大做强之必由之路, 但是因为没有成熟的合作机制, 容易在大中房企的合作中迷失。由于与合作企业在行业地位、品牌影响、内部资源、运营能力等方面存在显著的差异, 中小房企往往在合作中处于劣势地位, 甚至沦为大中房企的拿地工具。随着大中房企在与中小企业不断深入合作, 对当地市场的了解度会更高, 若企业加深对当地的深耕布局, 未来挤占的只会是中小企业的市场份额。由于合作的关系, 若中小房企权益较低, 主动权也被大中房企控制, 更多沦为附庸。

资源整合能力同样是企业生存的主要手段, 与合作不同的是, 资源整合需要房企拿出自身具体的优势, 或者是资金, 或者是产品开发, 或者是土地资源, 利用自身的能力和外部力量相互赋能, 最终实现齐头并进, 完成企业的迭代。例如 2020 年绿城中国引入新湖中宝作为战略投资者, 一方面新湖中宝拥有大量的土地储备, 具备资源优势; 另一方面绿城中国背靠中交集团, 具有融资优势。双方可分别利用土地资源和融资能力实现相互赋能, 推动企业的可持续发展。

图标: 2020 年来房企合作情况

时间	合作方向
3 月 19 日	金科股份与联发集团签订战略合作框架协议, 未来双方将在项目开发、投资拓展等方面建立合作关系。
4 月 13 日	重庆交通开投集团与龙湖集团签署了战略合作协议, 双方将加快合作的进度, 在沟通机制、合作水平、合作规模以及合作范围上突出重点、务求实效。
4 月 16 日	2021 年 4 月 16 日, 远洋集团宣布远洋集团与上海爱家集团正式签署战略合作协议, 双方将围绕城市更新、住宅开发、融资服务、产业协同等方面开展合作。
4 月 26 日	荣安地产与阳光城等成立 8 家合资公司 用于拿地及合作开发
5 月 6 日	融创上海区域集团与无锡市太湖新城发展集团签订战略合作协议, 重点加强在城市建设及运营、城市更新、房地产开发、产业投资、金融服务、绿色建筑、文旅项目开发、酒店运营等方面的合作。
5 月 23 日	招商蛇口和武汉城建集团签署战略合作协议, 携手深耕武汉、布局全国、共赢发展。
5 月 24 日	远洋集团与海南农垦实业集团有限公司签署战略协议。为把握海南自贸港建设重要机遇, 双方约定在城市更新、不动产开发运营、文旅康养项目建设运营、仓储物流及乡村振兴等多个领域开展战略合作, 优势互补、共同发展。
6 月 1 日	金科股份与重庆耐德集团签订战略合作框架协议, 未来双方将在产业园区开发运营、物业服务及城市环卫运营服务, 新区域拓展、融资渠道等领域展开全方位合作。
6 月 3 日	华远地产与金科股份在重庆金科总部举行了战略合作签约仪式, 未来双方将在城市更新、产城融合、商旅康养、物业服务等领域充分合作。
6 月 18 日	6 月 17 日, 武汉城建集团与中国金茂签订战略合作协议, 双方希望能聚焦具体项目深度合作, 集中优势资源勇拓市场, 强化科技赋能打造标杆, 在建设新时代美好生活中贡献更多国资国企力量。

资料来源: 亿翰智库

3、注重运营效率，但很难实现降本增效

进入房地产行业管理红利时代，粗放式的增长已经成为过去，在严苛的外部环境下，数字化、精细化已经成为企业发展追求的目标，降本增效成为众多房企的共识。房企实现降本增效包括两方面，一是加快项目的周转速度，提升自有资金的使用效率，通过合作、代建、小股操盘等方式实现快速周转，保证现金流的回笼，提高资金储备和运营效率，降低成本，实现收益增长。二是对内部组织结构做出优化调整。例如碧桂园就在 2020 年的 3 月、5 月、10 月多次作出组织架构调整，其他包括万科、保利、旭辉、阳光城等企业都相应做出过架构调整，究其原因还是为了适应当下的新环境，调整新的布局战略，提高执行效率，除了利用调整组织架构进行增效以外，企业也多通过招采管控来降低成本，提高利润。但是对中小房企来说，组织架构还处于不断完善的初级阶段，降本增效的路还很远。

图表：2020 年来部分房企的组织架构调整情况

企业名称	组织架构调整详情
佳兆业	2020 年 10 月，佳兆业表示在北京设立总部，未来，佳兆业将实行深圳、北京双总部。
万科集团	2020 年 12 月，总部职能搬往上海。其中搬迁的职能部门包括设计、招采、成本、工程，均位于“研究与开发专业公会”内，搬迁员工约 30 人，占万科总部人数的 1/5。
正荣地产	2021 年 1 月，剥离总部营销中心，单独成立营销公司。1 月 8 日正荣首个试点大西北大区成立，4 月 14 日中西部大区成立，4 月 16 日海西大区成立，4 月 21 日长三角大区成立。
中国奥园	2021 年 3 月，集团管控四级变三级。房地产开发业务从原先集团总部-二级集团-区域总部-城市公司的四级管控，调整为集团总部-区域-城市公司三级管控。
新城控股	2021 年 4 月，总部大合并，成立四大新职能中心。 1、成立融资与金融市场中心：从财务部独立出融资板块，将结算中心并入。 2、成立数字化发展中心：将原有的信息中心和独立的营销公司合并。 3、成立组织与人力发展中心：合并原人力、行政、秘书办、商学院。 4、成立品牌公共事务中心：将党工会、扶贫办等并入。

资料来源：亿翰智库

4、坚定战略，避免盲目跟风多元化

房企的战略变动主要涉及两方面，一是投资布局的策略，二是多元化布局的策略，而又以多元化战略的变动对房企影响较为严重。早在 2010 年左右，就有房企提出要做多元化转型，而这一想法在 2019 年达到顶峰，除了龙头房企碧桂园、万科和恒大以外，其他企业多是将多元化作为噱头，并将其作为上市的手段之一。但是我们看到头部房企的多元化动作背后都有强大的资源作为支撑，中小房企在资金、规模和团队能力都比较有限的情况下，贸然进入多元化领域并不是明智之举。例如奥山集团，2019 年以冰雪为名义提交招股书在港交所上市，但是经过时间的考验，公司已经开始剥离教育、商业等多元化板块，这也是众多中小房企试水多元化失败的冰山一角。

即使强如万科，多元化转型之路也难掩顺利，截至 2020 年底，万科租赁住宅、商业地产、物流仓储和冰雪度假等多元化收入占比仅有 4.5%，房地产主业的 95.5% 形成了鲜明的对比。除此之外，我们可以看到 2020 年房企多剥离物业板块寻求上市，代建板块寻求上市也逐渐被企业纳上议程，这些都是基于公司完成了一部分的资源积累形成的，即使如此，这些上市的多元业务仍无法与传统地产主业并驾齐驱。因此，对于中小房企而言，在相关领域不具备充足资源的情况下，盲目跟风多元化业务，不仅难以达到预期的效果，最后还会造成资源分散，影响地产主业的推进。

中小房企当下的困境并不是一蹴而就的，总结来说，中小房企更多是在行业上行周期的时候对待市场较为谨慎，甚至是胆小，没有把握住土地红利、金融红利实现规模的快速扩张，坚守一隅之地，最终在行业下行周期遭遇行业内卷，生存成为中小企业的首选。除此之外，盲目多元化，战略定力左右摇摆，同样是影响公司发展的关键因素。截至 2021 年，面对行业的步步紧逼，面对大中房企市场的抢占，如何生存下去是摆在中小房企面前的一堵墙，而在冲出困境的之后，也要极力避免陷入下一个困境。

【免责声明】

本报告是基于亿翰智库认为可靠的已公开信息进行撰写,公开信息包括但不限于公司公告、房管部门网站、互联网检索等多种途径,但亿翰智库不保证所载信息的完全准确和全部完整。由于时间和口径的原因,本报告所指的内容可能会与企业实际情况有所出入,对此亿翰智库可随时更改且不予特别通知。

本报告旨在公正客观地反应企业经营情况。在任何情况下,本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何机构或个人的任何建议。任何机构或个人应考虑本报告中的任何意见或建议是否符合其特定状况,若有必要应寻求专家意见。本报告所载的资料、工具、意见及推测仅供参考。

本报告产权为亿翰智库所有。亿翰智库以外的机构或个人转发或引用本报告的任何部分,请严格注明相关出处及来源且不得修改报告任何部分,如未经亿翰智库授权,传播时私自修改其报告数据及内容,所引起的一切后果或法律责任由传播者承担,亿翰智库对此等行为不承担任何责任,亿翰智库将保留随时追究其法律责任的权利。

【关于我们】

亿翰智库是一家以房地产行业的数据分析、行业研判、企业研究为核心的研究机构,隶属亿翰股份,其专注于行业趋势、企业模型以及资本价值等多维度研究及应用;定期向业内、资本市场等发布各类研究成果达数千次,亿翰智库力求打造中国房地产企业与资本的高效对接平台。



亿翰智库二维码